

Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam

Erina Pane

Dosen Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Bandar Lampung

Abstrak

Kegiatan perdagangan menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Kondisi ini dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Undang-undang Perlindungan Konsumen mencoba mengantisipasi kondisi ini dengan memberikan rambu-rambu berupa hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha, termasuk di dalamnya bagaimana etika dalam mengadakan hubungan antara konsumen dan produsen tersebut. Sebagaimana yang dikehendaki dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang menyebutkan bahwa perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan asas-asas yang relevan dalam pembangunan nasional. Perlindungan konsumen dapat ditelaah dalam perspektif ekonomi Islam. Dalam hal ini ada beberapa prinsip dasar dari ekonomi Islam yang dapat menjadi tolak ukur, yaitu (a) al-Iman atau ekonomi ketuhanan di mana aqidah merupakan dasar pertama, sebagai tolak sentral dalam pemikiran seorang muslim dan dengannya pula seorang muslim atau pemikir muslim akan menemukan ruang lingkup aqidah yang dipercayainya. (b) dasar khilafah, dengan dasar ini dimaksudkan manusia harus membangun bumi, manusia memiliki harta sebagai wakil dari Allah dan manusia berhak memiliki atau menggunakan harta sesuai dengan kedudukan sebagai wakil karena pemilikan adalah motivasi utama untuk pengembangan dan produksi. (c) dasar keadilan dan keseimbangan (*equilibrium*), di mana keadilan merupakan isi pokok dari *maqashid syari'ah* sedangkan keseimbangan yang dimaksud adalah keseimbangan kebutuhan materi dan rohani.

Kata Kunci: *perlindungan konsumen, hukum Islam*

I. PENDAHULUAN

Dalam kegiatan pasar, pelaku usaha dan konsumen (pemakai barang atau jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan dari segi harga dan mutu barang yang diberikan pelaku usaha.

Sangat banyak peluang dalam menjadikan konsumen sebagai sasaran eksploitasi pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi memiliki posisi lebih kuat. Oleh karena itu, dalam rangka melindungi atau memberdayakan konsumen diperlukan adanya hukum yang jelas sehingga konsumen benar-benar dapat dilindungi dan diberdayakan.

Pada hakekatnya, usaha melahirkan hukum perlindungan konsumen (*consumers protection*) sudah lama dilakukan namun secara konkrit baru terealisasi dan menggema dengan jelas setelah keluarnya sebuah resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) tahun 1985 tentang Pedoman Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*), dengan pedoman tersebut PBB menghimbau seluruh negara di dunia agar memberlakukan, memelihara dan memperkuat hak-hak yang semestinya diperoleh oleh para konsumen (pemakai barang dan jasa).

Kebijakan pemerintah dalam bidang ekonomi berpengaruh besar terhadap berjalannya roda aktivitas perekonomian suatu negara. Seperti di negara yang menganut sistem ekonomi kapitalis liberal dan negara yang bersistem ekonomi sosialisme atau gabungan/modifikasi dari kedua sistem ini, tetap menggiring konsumen dalam kondisi yang memprihatinkan dan nasib konsumen tetap tidak menentu.

Di Indonesia dikenal sebagai negara hukum yang menganut sistem ekonomi bersama atas asas kekeluargaan (UUD 1945 Pasal 33 ayat 1), namun nasib konsumen belum terjamin. Hal ini disebabkan pada kenyataannya bahwa negara lebih cenderung pada sistem ekonomi kapitalisme. Sebagai cerminan buruknya nasib konsumen dan sebagai kompensasi dari sistem dan keadilan ekonomi yang berjalan selama ini, pemerintah Republik Indonesia telah mengeluarkan dua undang-undang, yaitu Undang-undang Republik Indonesia Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang diundangkan tanggal 5 Maret 1999 dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang diundangkan tanggal 20 April 1999.

Walaupun undang-undang khusus tentang perlindungan konsumen telah terealisasi dengan keluarnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun demikian masih banyak terdapat pelanggaran hak konsumen yang belum tertangani secara serius. Sebagai contoh kasus Ajinomoto yang berlabel halal ternyata menggunakan enzim *procine* yang berasal dari babi pada Januari 2001.

Berdasarkan laporan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia pada tahun 2000 untuk sepuluh besar komoditas, terdapat 639 pengaduan dari berbagai komoditas, seperti telepon (122 kasus), perumahan (121 kasus), listrik (109 kasus), perbankan (87 kasus), PDAM (51 kasus), elektronik (36 kasus) dan *leasing* (22 kasus).

Sedangkan kasus yang terungkap pada akhir bulan Desember 2005 yaitu penyalahgunaan bahan kimia berbahaya pada bahan makanan seperti formalin, boraks dan rodamin-B (zat pewarna). Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI menyatakan sekitar 56 persen dari 700 sampel makanan yang diambil mengandung formalin. Sampel diambil dari produk makanan di Pulau Jawa, Sulawesi Selatan dan Lampung pada awal bulan Desember 2005. Bahan-bahan kimia tersebut bukan merupakan bahan tambahan pangan (*food additive*). Dimana di dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI No.722/Men.Kes/Per/IX/88, formalin dinyatakan dilarang untuk dipergunakan dalam makanan maupun minuman karena membahayakan kesehatan. Jika ternyata formalin dikonsumsi secara terus menerus dalam jangka waktu lama, mengkonsumsi makanan yang mengandung formalin dapat menyebabkan kerusakan organ-organ vital manusia dan menyebabkan kanker.

Dapat dibayangkan bagaimana berbahayanya penggunaan bahan kimia tersebut jika dikonsumsi oleh manusia. Di mana pada dasarnya penggunaan bahan kimia di dalam bahan makanan tersebut disebabkan karena pelaku usaha menginginkan keuntungan dari produknya. Formalin digunakan untuk membuat produk makanan (seperti tahu, ikan, ayam potong) awet tidak cepat busuk atau rusak, boraks digunakan supaya bakso menjadi awet dan kenyal, rodamin-B digunakan untuk memberi warna produk menjadi menarik dan segar. Berdasarkan pemantauan, banyak juga pelaku usaha tidak mengetahui bahan kimia yang dipergunakan untuk produknya sangat berbahaya. Semua dilakukan semata-mata karena ingin mendapatkan keuntungan.

Jika dilihat dari perspektif lain, seperti konsumen di Indonesia, terdapat kelemahan-kelemahan dari para konsumen. Kelemahan-kelemahan tersebut dapat dilihat dengan latar belakang ekonomis, sosial, politis dan budaya. Dalam berhadapan dengan pelaku usaha, kelemahan terk-tahuan pada kualifikasi barang (*consumer ignorance*) karena kemajuan teknologi, berkembangnya asas standar kontrak dengan klausula eksonerasi (persyaratan sebut berkisar pada kebodohan atau ketidasepihak)

oleh pelaku usaha dan kelemahan konsumen dalam hal tawar menawar ekonomis, sosial dan edukasional sehingga meletakkan posisi konsumen pada kondisi *take it or leave it* (jika suka diambil dan jika tidak suka ditinggalkan).

Fenomena yang ada di lapangan dimana tidak terdapatnya perlindungan secara maksimal bagi konsumen telah menimbulkan berbagai pemikiran. Salah satunya timbul kajian dari para pemikir Islam. Dimana dengan majunya kajian para pemikir Islam tentang ekonomi, dianggap perlu adanya kajian mengenai hukum perlindungan konsumen. Menilik pada khazanah hukum tentang perlindungan konsumen dalam syari'at Islam, baik dari produk teks-teks al-Quran dan al-Hadits, maupun dari produk fikih Islam, dapat dijadikan pedoman perlindungan konsumen kontemporer karena keunggulan dan ciri khas hukum ekonomi Islam dalam melindungi hak konsumen karena nampaknya sebagian besar nash-nash syara' tentang mu'amalah lebih tertuju pada usaha menghindarkan segala kezaliman terhadap kedua belah pihak, konsumen dan pelaku usaha.

Di dalam hukum ekonomi Islam, masalah perlindungan konsumen setidaknya untuk membuktikan sebuah prinsip hukum yang berasal dari sebuah hadits yang artinya : "*Tidak boleh ada tindakan bahaya (rugi) dan membahayakan (merugikan) dalam Islam*" (HR. Ahmad, Ibnu Majah, al-Hakim, al-Daruquthni dari Abu Sa'aid al-Khudhri). Mensikapi perkembangan teknologi yang dapat merugikan konsumen, diperlukan adanya pembahasan perlindungan konsumen yang komprehensif dalam berbagai perspektif.

II. PEMBAHASAN

Hukum merupakan aturan dan norma yang mengatur perilaku manusia biasa. Secara terminologi umum, hukum adalah himpunan peraturan yang berisi perintah dan larangan yang mengurus tata tertib suatu masyarakat dan karena itu harus ditaati oleh masyarakat dan karena itu harus ditaati oleh masyarakat. Sedangkan dalam istilah Islam, hukum merupakan titah Allah SWT yang berhubungan dengan perbuatan manusia yang sudah muksallaf dalam hal tuntutan melakukan sesuatu atau meninggalkannya (seperti wajib, *sunnah*, *haram* dan *makruh*) atau kebebasan perbuatan (*mubah*) atau dalam bentuk pernyataan sah dan tidaknya suatu perbuatan.

sehingga tercapai keadilan. Di samping itu hukum juga bertujuan melindungi pihak yang lemah dari yang kuat.

Beberapa istilah yang muncul dewasa ini yang berhubungan dengan ekonomi dapat diperjelas sebagai berikut : hukum bisnis lebih khusus dari hukum ekonomi karena tertuju pada usaha komersial dan interaksi antar pelakunya yaitu yang berkaitan dengan ekonomi perusahaan (*micro economic*). Sedangkan hukum ekonomi (*economic law*) adalah hukum yang berkaitan dengan berbagai aktivitas ekonomi. Dengan demikian hukum ekonomi mencakup ruang lingkup yang sangat luas, seperti hukum publik berupa hukum pidana, hukum administrasi negara dan hukum privat (perdata) dimana termasuk di dalamnya hukum dagang dan hukum bisnis.

Adapun sumber hukum ekonomi positif adalah perundang-undangan yang meliputi UUD 1945, Ketetapan MPR, Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden sampai dengan Surat Keputusan Bersama dan Surat Edaran tertentu, perjanjian (kontrak), traktat, jurisprudensi dan kebiasaan. Sedangkan sumber hukum ekonomi Islam secara berurutan adalah al-Quran, al-Hadist, Ijma' Ulama dan *Ijtihad* atau *Qias*. *Ijtihad* yang selalu bersandar pada *maqashid syari'ah* mempunyai ruang lingkup yang sangat luas dalam mekanisme penalaran hukum Islam.

Secara umum, ekonomi Islam bersumber pada al-Quran dan sunnah Rasulullah SAW sebagai landasan hidup kaum muslimin, sedangkan tujuannya seiring dengan tiga misi yaitu membangun ekonomi di bumi (QS. Hud : 61), beribadah pada Allah melalui kegiatan ekonomi atau *al-'ubudiyah* (QS. al-Dzariyat : 56) dan memimpin perekonomian negara atau dunia atau *al-khilafah* (QS. Al-Baqarah: 30).

Terdapat beberapa prinsip dasar ekonomi Islam yaitu (a) al-Iman atau ekonomi ketuhanan dimana aqidah merupakan dasar pertama, sebagai tolak sentral dalam pemikiran seorang muslim dan dengannya pula seorang muslim atau pemikir muslim akan menemukan ruang lingkup aqidah yang dipercayainya. (b) dasar khilafah, dengan dasar ini dimaksudkan manusia harus membangun bumi, manusia memiliki harta sebagai wakil dari Allah dan manusia berhak memiliki atau menggunakan harta sesuai dengan kedudukan sebagai wakil karena pemilikan adalah motivasi utama untuk pengembangan dan produksi. (c) dasar keadilan dan keseimbangan (*equilibrium*), dimana keadilan merupakan isi pokok dari *maqashid syari'ah* sedangkan keseimbangan yang dimaksud adalah keseimbangan kebutuhan materi dan rohani, keseimbangan antara kepentingan individu

(*al-fard*) dan publik (*'am*), juga seimbang antara sikap berlebih-lebihan dan sikap terlalu bakhil dalam hal konsumsi atau pemakaian harta. Khususnya dalam hal perlindungan konsumen merupakan kajian dari hukum bisnis, dasar hukumnya diatur dalam Undang-Undang 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen. Konsumen diungkapkan sebagai *consumers by definition include us all*.

Undang-undang perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Bab I, Pasal 1 nomor 2 mendefinisikan konsumen sebagai “setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Sedangkan konsumen sesuai dengan prinsip-prinsip umum perlindungan konsumen dalam Islam yaitu “setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik ia dipakai untuk pemakaian akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya”.

Hak sinonim dengan milik, kewenangan, kekuasaan untuk berbuat sesuatu karena telah ditentukan oleh undang-undang atau aturan dan lain sebagainya. Sedangkan menurut istilah hukum umum, hak adalah kekuasaan untuk melakukan sesuatu karena telah ditentukan oleh undang-undang atau peraturan lain. Dalam bahasa Arab, hak seperti ketetapan yang pasti, penjelasan, kebenaran, jatah atau bagian, hakikat dan kewajiban. Hak merupakan suatu sifat kekhususan (eksklusif) dimana dengannya syara' menetapkan suatu kekuasaan (otoritas) bagi pemiliknya atau kewajiban atas obyeknya.

Terdapat beberapa segi yang dapat dijadikan sebagai perisai bagi perlindungan konsumen yaitu:

- a. Dalam Islam dikenal sebuah prinsip hukum publik yang berbunyi bahwa hukum publik adalah salah satu dari hukum-hukum Allah SWT. Prinsip ini berkaitan dengan hukum pidana dan semua hukum yang berkaitan dengan pelanggaran umum. Hukum publik ini harus ditegakkan oleh para pemerintah walaupun dengan tidak adanya tuntutan dari rakyat, kalau demikian pemerintah adalah pengawas langsung dari pelaksanaan hukum publik ini.
- b. Apabila terbentur kepentingan antara hak publik dengan hak individu, maka hak publik lebih diprioritaskan karena ia adalah hak allah. Dalam hal ini konsumen pada umumnya adalah pihak publik.

- c. Seseorang tidak dapat menggunakan haknya secara semena-mena. Tindakan monopoli dan pelanggaran dalam kehidupan bertetangga atau pelanggaran terhadap lingkungan merupakan salah satu contoh dari penggunaan semena-mena terhadap hak. Dimana banyak pelaku usaha yang tidak memperdulikan kerusakan lingkungan akibat limbah pabriknya
- d. Hak manusia yang ditetapkan oleh syara'tidak boleh digugurkan, seperti hak pembeli dalam transaksi *khiyar al-ru'yah* sebelum melihat barang yang akan dibeli, hak *syuf'ah* sebelum terjadi akad jual beli karena hak ini belum terjadi. Hal ini jelas dapat mengatasi kaidah kontrak standar dimana dalam Islam suatu perjanjian tidak bisa dilegalkan begitu saja secara sepihak, namun harus berada dalam koridor hukum syara'.
- e. Adanya hak perlindungan lingkungan yang dikembangkan dari *huquq al-irtifaq*.
- f. Terdapatnya sanksi-sanksi hukum yang tegas akibat pemakaian hak secara sewenang-wenang.

Berbagai kemungkinan terhadap penyalahgunaan kelemahan yang dimiliki oleh konsumen dapat terjadi ketika sebelum transaksi jual beli berlangsung (pratransaksi) berupa iklan atau promosi yang tidak benar, ketika transaksi itu sendiri sedang berlangsung dengan cara tipu muslihat dan ketika transaksi telah berlangsung dimana perilaku usaha tidak tahu menahu dengan kerugian yang ditanggung konsumen.

Di dalam proses pratransaksi, perlindungan yang dapat dilakukan adalah perlindungan dari pemalsuan dan informasi tidak benar, perlindungan terhadap hak pilih dan nilai tukar tidak wajar, perlindungan terhadap keamanan produk dan lingkungan sehat, perlindungan dari pemakaian alat ukur tidak tepat, hak mendapat advokasi dan penyelesaian sengketa, perlindungan dari penyalahgunaan keadaan dan hak mendapat ganti rugi akibat negatif produk

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi obyek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promisi, cara penjualan serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

Faktor utama yang menjadi kelemahan adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, undang-undang perlindungan konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum, yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen

Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui penelitian yang dapat melihat keberadaan konsumen untuk mendapatkan bagaimana seharusnya perlindungan kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.

Dalam realitasnya, bisnis baik sebagai aktivitas maupun sebagai entitas telah ada dalam sistem dan strukturnya yang baku. Bisnis berjalan sebagai proses yang telah menjadi kegiatan manusia sebagai individu atau masyarakat untuk mencari keuntungan dan memenuhi keinginan dan kebutuhan hidupnya. Sedangkan etika sebagai ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar atau salah, yang baik atau buruk yang bermanfaat atau tidak bermanfaat. Dalam kenyataan itu, bisnis dan etika dipahami sebagai dua hal yang terpisah bahkan tidak ada kaitan. Jika pun ada malah dipandang sebagai hubungan negatif dimana praktek

bisnis merupakan kegiatan yang bertujuan mencapai laba yang sebesar-besarnya dalam situasi persaingan bebas.

Para pelaku bisnis memiliki kecenderungan untuk melakukan benturan kepentingan dengan saling menghalalkan cara dalam rangka memperoleh keuntungan sebanyak mungkin. Benturan kepentingan ini membutuhkan perlindungan hukum yang memadai bagi pihak yang lemah. Undang-undang Perlindungan Konsumen mencoba mengantisipasi kondisi ini dengan memberikan rambu-rambu berupa hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha termasuk di dalamnya bagaimana etika dalam mengadakan hubungan antara konsumen dan produsen tersebut.

Sebagaimana yang dikehendaki dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang menyebutkan bahwa perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan asas-asas yang relevan dalam pembangunan nasional.

Dalam pandangan filosofis, asas-asas ini dimaksudkan untuk memberikan perlindungan bagi setiap konsumen, dimana undang-undang perlindungan konsumen ini harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Adanya partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melakukan kewajibannya secara adil. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spirituil dan memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Untuk itu baik pelaku maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan konsumen serta negara menjamin kepatian hukum tersebut.

Dalam kerangka Islam, etika perlu didasari pada nilai-nilai yang dikandung al Qur'an dan hadits Nabi. Beberapa ayat dan hadits Nabi yang dapat dijadikan pijakan etika di antaranya: "Perhatikan olehmu sekalian perdagangan, sesungguhnya di dunia perdagangan itu ada sembilan dari sepuluh pintu rizki" (HR. Ahmad)

“Hai orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan saling suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.” (An Nisaa’ : 29)

Dalam hal perlindungan dari pemalsuan dan informasi yang tidak benar, Undang-undang Perlindungan Konsumen sudah memberikan koridor mengenai hal ini. Sebagaimana disebutkan bahwa pelaku usaha yang mengiklankan produknya dengan memberikan informasi yang tidak jelas, mengelabui konsumen dan melanggar etika. Terlebih lagi di dalam masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim adanya pencantuman produk halal di dalam kemasan merupakan hal yang mutlak. Termasuk di dalamnya mengenai produk yang ditawarkan menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi.

Sebelum membeli, seseorang konsumen tentu akan mencari informasi tentang berbagai aspek dari suatu barang atau produk. Kelengkapan suatu informasi, daya tarik dan kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi konsumen untuk menentukan pilihannya. Oleh karena itu, informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan oleh konsumen. Perkembangan pemakaian alat-alat promosi canggih meletakkan konsumen pada kondisi rawan. Ada ketidakmampuan konsumen menyeleksi informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipasarkan, sehingga hal ini dapat saja disalahgunakan oleh para pelaku usaha. (*consumer ignorance*)

Dalam kerangka Islam, kebenaran dan keakuratan informasi ketika seorang mempromosikan barang dagangannya menempati kajian yang sangat signifikan. Islam tidak mengenal istilah “pembeli yang harus berhati-hati” atau “pelaku usaha yang harus hati-hati”, tetapi berlaku prinsip keseimbangan (*al-ta’adul*) dimana pembeli dan penjual harus hati-hati. Khalifah Umar ibn al-Khattab berkata: “Orang yang tidak mengerti hukum pasar, tidak dapat ambil bagian dalam aktivitas pasar kami.” (Riwayat Tirmidzi dari Anas ibn Malik)

Informasi yang harus diberikan pada pembeli tidak hanya berhubungan dengan kuantitas dan kualitas suatu barang tetapi juga berkaitan dengan efek samping atau bahaya pemakaian, perlindungan terhadap kepercayaan agama tertentu seperti informasi halal atau haramnya suatu produk. Dalam kerangka Islam, seorang wajib

Menjelaskan cacat barang-barang yang akan ia jual pada orang lain, seperti dalam hadist: "Tidak halal bagi seseorang yang menjual suatu barang kecuali apabila ia menjelaskan kualifikasi barang tersebut dan tidak halal bagi orang yang mengetahui hal tersebut kecuali apabila ia terangkan hakikatnya." (HR. Ahmad dari Wasilah)

Salah satu tujuan promosi atau iklan yang tidak jujur adalah agar barang dagangan tersebut laris dan menarik pembeli untuk membelinya. Rasulullah saw juga menyatakan bahwa apabila pedagang yang menyembunyikan cacat yang terdapat pada barang dagangannya mendapat untung, maka keberkahannya akan dicabut Allah SWT: "Dua orang yang berjual beli berhak memiliki khiyar selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya bersikap jujur dan menjelaskan apa adanya, maka jual beli mereka akan diberkahi Allah. Akan tetapi, apabila keduanya menyembunyikan suatu cacat atau bersikap dusta, bisa jadi mereka dapat keuntungan, namun keberkahar untungnya akan dicabut." Allah SWT (HR. Al-Bukhary dan Muslim dari Hakim ibn Hazim)

Di antara solusi hukum yang diberikan Islam terhadap konsumen apabila terjadi ketidaksesuaian antara promosi dengan sifat barang, maka konsumen akan mempunyai hak *khiyar tadlis* yaitu hak untuk membatalkan atau melanjutkan transaksi karena menyembunyikan cacat barang, sehingga kelihatan barang tersebut mempunyai kelebihan melebihi keadaan sebenarnya. *Khiyar 'aib* yaitu kurangnya kuantitas barang atau kurangnya nilai barang tersebut di kalangan ahli pasar dan *khiyar al-ru'yah* yaitu khiyar terhadap pembeli ketika melihat barang yang akan dibeli karena ketika akad berlangsung ia tidak menyaksikan barang tersebut. Dalam hal perlindungan terhadap hak pilih dan nilai tukar tidak wajar, dapat dihubungkan dengan tidak adanya kebebasan konsumen dalam memilih suatu barang akibat mekanisme pasar yang monopolistik. Rasulullah saw dengan tegas telah melarang terjadinya monopoli. Tuntunan Nabi saw secara umum dalam masalah harga ini mengenai pelarangan mempermainkan harga: "Barang siapa yang melakukan sesuatu untuk mempengaruhi harga-harga barang kaum muslimin dengan tujuan untuk menaikkan harga tersebut, maka sudah menjadi hak Allah untuk menempatkannya di 'Uzm (tempat besar) dalam neraka pada hari kiamat." (HR. Ahmad dan Ibnu Majah dari Abu Hurairah)

Perlindungan terhadap keamanan produk dan lingkungan sehat dihubungkan dengan kemajuan teknologi dan berkembangnya volume

perekonomian dan perdagangan. Hal ini menuntut pengawasan ekstra terhadap risiko-risiko yang mungkin timbul akibat penggunaan produk tertentu. Apabila dihubungkan dengan munculnya *consumers ignorance* tidak hanya tertuju pada kewajiban memberitahukan mutu dan cacat barang yang tersembunyi, namun juga wajib adanya pemberitahuan tentang risiko-risiko pemakaian suatu produk.

Di dalam dunia perdagangan ketepatan alat ukur merupakan salah satu bentuk kejujuran pelaku usaha. ketepatan alat ukur secara relevan dengan zaman sekarang adalah ketepatan antara sifat dan kualifikasi barang yang diminta dengan yang diserahkan dari segala segi, mulai dari ukuran berat, isi, kandungan dan semua yang tertulis pada label atau yang dijanjikan oleh penjual. Banyak barang-barang yang jauh berbeda antara label dengan kandungan isi dan kriteria yang ditemui konsumen karena sulit bagi sembarang orang untuk mengetahui akibat kemajuan teknologi.

Di dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, setiap produk barang dan/atau jasa telah ditetapkan mengenai keharusan untuk memenuhi standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Mengenai hal ini Islam memperjelas bahwa :

“Celakalah orang-orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang uang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menimbang untuk orang lain, mereka merugikan.” (Al-Qur’an, Al-Muthaffifin: 1-3)

Sedangkan perbuatan mengurangi kadar atau komposisi barang berlawanan dengan firman Allah Swt : “Janganlah kamu mengurangi harta yang menjadi hak orang lain.” (Hud : 85). Bahkan nabi lebih ketat dalam penerapan ayat ini agar tidak terjadi penipuan dan menyaia-nyiakan terhadap harta di mana beliau bersabda: “Barangsiapa yang sudah membeli suatu makanan, hendaklah ia tidak menjualnya lagi kecuali setelah menimbanginya kembali.” (HR. Muslim dari Ibnu ‘Abbas)

Dalam hadist riwayat al-Daruquthni berbunyi : “Rasulullah Saw melarang untuk menjual suatu barang makanan sehingga diadakan dua kali timbangan, yaitu timbangan penjual dan timbangan pembeli.” (HR. Al-Daruqutni)

Penyalahgunaan keadaan memang belum termasuk sebagai salah satu faktor batalnya perjanjian dalam hukum positif. Penyalahgunaan keadaan adalah adanya keunggulan ekonomis ataupun psikologis pada salah satu pihak. J. Satrio mengetengahkan beberapa faktor

penyalahgunaan keadaan yaitu keadaan terjepit, kesulitan keuangan, hubungan antara atasan bawahan dan kerugian yang sangat besar pada salah satu pihak. Sebenarnya munculnya penyalahgunaan keadaan tidak terlepas dari peranan prinsip perjanjian baku (*standard contract*).

Hal ini juga diakui oleh responden, bahwa pelaku usaha masih mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian. Dengan adanya klausula baku ini, pelaku usaha merasa berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen. Selain itu masih ada pelaku usaha yang mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian, dengan tulisan yang tidak jelas. Mengenai klausula baku dapat diperjelas sebagai berikut, yaitu:

Dalam Pasal 18 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa setiap klausula baku yang memuat hal-hal yang disebutkan di dalam Pasal 18 ayat (1) bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan perdagangan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:

- a. menyatakan pengalihan tanggungjawab pelaku usaha;
- b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
- c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
- d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
- f. memberikan hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
- h. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang belinya;
- i. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;

Dan pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas atau yang pengungkapannya sulit dimengerti, sehingga setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud di atas dinyatakan batal demi hukum dan pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini.

Sebagaimana tercantum di dalam Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen. Jika dibaca ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut, dapat dilihat bahwa dasarnya pelanggaran terhadap ketentuan klausula baku tidak membatalkan (demi hukum) perjanjian yang memuat ketentuan klausula baku tersebut. Melainkan hanya membatalkan (demi hukum) klausula baku tersebut.

Jika diperhatikan ketentuan mengenai klausula baku tersebut jelas merupakan bersifat membatasi atau mengurangi prestasi yang harus dilakukan oleh pelaku usaha dan mengurangi hak konsumen untuk melakukan penawaran terhadap barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Dapat disimpulkan bahwa ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini merupakan ketentuan yang bersifat *lex specialis* terhadap ketentuan Pasal 1320 jo Pasal 1337 Kitab undang-Undang hukum perdata yang merupakan *lege generalis*. Kedua pasal tersebut menyebutkan mengenai sahnya perjanjian yang dapat dilakukan.

Dengan demikian berarti semua perjanjian yang mengandung *causa* atau sebab yang terlarang yang terwujud dalam bentuk prestasi yang tidak diperkenankan untuk dilakukan menurut hukum, kesusilaan dan ketertiban umum, meskipun ia memuat atau tidak memuat klausula baku seperti yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen akan tetap batal demi hukum. Dengan pengertian bahwa perjanjian tersebut tidak memiliki daya ikat dan tidak dapat dipaksakan pelaksanaannya kepada debitur melalui mekanisme hukum yang berlaku.

Dalam kerangka Islam, masalah penyalahgunaan keadaan juga dimasukkan ke dalam cacat kehendak. Cacat kehendak ini dibedakan

dalam beberapa keterangan sebagai berikut :

a. *Ba'i al-Mustarsil*

Di mana seseorang yang tidak pandai menawar atau seorang pembeli yang tidak tahu harga sehingga dia tidak pandai menawar suatu barang, namun ia hanya membeli dengan mempercayakan pembelian pada pedagang agar pedagang tersebut menjual padanya dengan harga yang biasanya di pasar pada waktu itu. Pembeli *al-Mustarsil* ini mendapat perlindungan hukum apabila ia tertipu atau membeli dengan harga tinggi yang menyolok, sesuai dengan perkiraan ahli pasar. Perlindungan hukum tersebut bisa berupa hak *khiyar* atau hak pembatalan akad. Eksploitasi pada akad jual beli *al-Mustarsil* ini berhubungan penyalahgunaan ketidaktahuan, keluguan dan juga penyalahgunaan kepercayaan orang lain.

b. *Bai'al-Dharurah*

Di mana penjualan yang dilakukan oleh seseorang yang terdesak secara ekonomis dimana ia menjual suatu barang miliknya karena membayar suatu hutang sehingga ia menjual barang tersebut kurang dari nilai pantas yang sesuai dengan harga pasar. Para ahli hukum fikih menyatakan bahwa jual beli seperti ini hukumnya makruh (tidak baik) Maksudnya bahwa apabila akad tersebut berlangsung, maka ia tidak dapat dibatalakan walaupun suatu cacat kehendak atau keadaan rela sama rela. Nabi melarang jual beli *al-Dharurah*. Pada suatu hadis, Ali ibn Abi Thalib berkata: "Akan datang kepada manusia suatu zaman yang keras dimana seorang kaya akan berbuat penyusahan dengan hartanya. Allah berfirman : "janganlah kamu lupakan keutamaan dan jasa sesama kamu ", kemudian mereka mengeksploitasikan jual-beli orang-orang yang sedang terdesak sedangkan Nabi telah melarang jual beli terhadap orang-orang yang terdesak (*al-mudhthar*), jual beli *al-gharar* dan jual beli buah-buahan yang belum muncul." (HR. Abu Dawud dari seorang pemuka Bani Tamim)

Klausula baku yang berupa aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen. Klausula baku sesungguhnya dapat merugikan konsumen karena konsumen tidak memiliki pilihan untuk menolak ketentuan yang telah ditetapkan secara sepihak. Padahal suatu perjanjian memiliki asas-asas yang salah satunya berupa kesepakatan pihak-pihak. Namun dalam dunia bisnis dengan dalih efisiensi waktu maka penerapan klausula baku semakin marak, sehingga

konsumen diberikan pilihan: *take it or leave it* (jika suka diambil dan jika tidak suka ditinggalkan).

Prinsip kontra baku dengan klausula baku ini diterjemahkan dalam secara bijak dalam prinsip ekonomi Islam. Islam tidak menganut asas standar baku. Terdapat istilah *khiyar* adalah perbuatan memilih antara dua hal yang lebih baik, yaitu antara melangsungkan akad jual beli dan membatalkan akad tersebut. Selanjutnya dijelaskan bahwa *khiyar* disyari'atkan bertujuan untuk memelihara keadaan saling rela dan menjaga maslahat kedua pihak yang berakad atau mencegah bahaya kerugian yang bisa menimpa salah satu pihak yang berakad. Sebab hak *khiyar* kadangkala tanpa disebabkan oleh suatu cacat atau hal yang luput (*khiyar tasyahin*), seperti *khiyar syarth* dan *khiyar majlis* dan kadangkala disebabkan oleh adanya suatu kesalahan berasal dari hukum dan tuntutan kebiasaan (*khiyar naqishah*).

Uraian di bawah ini dijelaskan bagaimana para ahli fiqih membahas mengenai *khiyar* yang mengacu perlindungan konsumen, sebagai berikut:

a. ***Khiyar Majlis* (hak *khiyar* selama di tempat akad)**

Dalam hal dua pihak yang berakad dan mengadakan persetujuan, namun kemudian ternyata akad tidak sesuai dengan maslahatnya, apalagi jika nilai tukar menukar itu dalam jumlah besar. Oleh karena itu ditetapkan hak *khiyar majlis* untuk mengatasi sikap ceroboh ini, namun hak itu hanya dapat digunakannya pada majlis berlangsung akad saja sebelum keduanya berpisah, sedangkan keadaan berpisah dapat sebagai penyebab *luzumnya* akad, dikembalikan pada adat kebiasaan yang berlaku. Dasar hukum dari *khiyar majlis* adalah: "Dua orang penjual dan pembeli saling mempunyai hak *khiyar* (hak melangsungkan transaksi atau tidak) selama keduanya belum berpisah, kecuali dalam ba'i al-*khiyar*". (Hadis *muttafaq 'alaih* dengan lafazh Muslim)

b. ***Khiyar al-'Aib* (hak *khiyar* karena cacat barang)**

Hukum dasar fikih menyatakan bahwa haram hukumnya bagi seorang muslim yang menjual suatu barang bercacat dengan tanpa memberitahu cacat tersebut pada pembeli, namun hal itu sering juga terjadi dalam praktek mu'amalah kaum muslimin. Nabi Saw mengharamkan terjadinya penipuan dalam setiap akad, seperti Hadis: "Orang muslim itu saling bersaudara, tidaklah halal bagi seorang muslim untuk menjual suatu barang bercacat pada saudaranya kecuali apabila ia telah menerangkan cacat yang terdapat pada barang itu" (HR. Ibnu Majah dari Uqbah ibn' Amir).

Kemudian menjadi permasalahan, apakah diperbolehkan seorang penjual menyatakan pada pembeli ketika akad berlangsung untuk tidak bertanggungjawab atas semua cacat yang terdapat pada barang? Mayoritas ulama menyatakan tidak setuju dengan pembenaran klausula baku tersebut (*al-bara'ah min al-'uyub*) karena ia termasuk dalam kategori jual beli *al-gharar* terhadap hal-hal yang tidak diketahui penjual, sedangkan ia juga termasuk dalam kategori jual beli *al-ghubn* dan penipuan apabila si penjual mengetahui cacat tersembunyi. Al-Khatib al Syarbaini menyatakan bahwa: "Apabila penjual menjual dengan syarat pelepasan diri dari tanggungjawab cacat yang terdapat pada barang seperti hewan, maka tanggungjawab penjual hanya akan terlepas dari cacat tersembunyi yang tidak diketahui oleh penjual itu saja, sedangkan pembeli walaupun dengan adanya syarat seperti ini tetap mempunyai hak khiyar karena menemukan cacat yang terjadi sebelum mengambil barang dari penjual".

c. *Khiyar al-Ghubn al-Fahisy ma'a al-Taghrir*

Adalah *khiyar* karena adanya ketidaksetaraan nilai tukar yang menyolok antara dua barang yang dipertukarkan dengan sebab perdayaan atau tipuan. Tipu daya adalah salah satu penyebab rusaknya akad. Oleh karena itu, pihak korban tipuan berhak mendapat hak *khiyar*.

d. *Khiyar al-Ru'yah* (hak khiyar belum menyaksikan barang)

Sebab *khiyar al-ru'yah* adalah karena pembeli atau penjual tidak melihat obyek akad ketika terjadinya akad atau sebelum itu. *Khiyar* ini tidak saja dapat bersumber dari perjanjian namun lebih dari itu ia secara tetap bersumber dari syara', berdasarkan hadis Nabi Saw: "Barangsiapa yang membeli sesuatu yang belum ia lihat, maka ia mempunyai hak khiyar ketika melihat barang tersebut" (HR. Ad-Daruquthni dari Abu Hurairah). Pemberian hak *khiyar* ini sangat berguna untuk melindungi para konsumen khususnya ketika ia menemukan obyek akad tersebut tidak sesuai dengan keinginan atau tujuannya, sehingga syarat saling rela (*taradhin*) benar-benar terwujud dalam jual beli.

Dalam dunia bisnis, persaingan tidak dapat dihindari, sehingga yang menjadi permasalahan bagaimana persaingan bisnis dapat berlangsung secara sehat, tidak saling merugikan apalagi menjadikan konsumen sebagai pihak yang dirugikan. Islam sebagai suatu aturan hidup memberikan pijakan: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling makan harta sesama kalian secara bathil." (An-Nisaa' : 29). "Seorang muslim adalah bersaudara

dengan muslim lainnya, tidak menzalimi dan tidak menekannya” (HR. Muslim)

III. PENUTUP

Dalam bisnis Islam, aktivitas selalu dilandasi oleh saling ridha dan rahmat antara penjual dan pembeli dalam sebuah aktivitas pasar, dengan tujuan aktivitas ibadah yang turun dan kembali kepada Allah SWT. Dengan demikian, aktivitas tersebut harus didasarkan pada etika. Akhlak utama yang wajib diperhatikan kaum muslimin, baik secara individual maupun secara bersama ialah bekerja pada bidang yang dihalalkan Allah. Tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya.

Dalam pandangan Islam, manusia itu hidup tidak hanya di dunia saja, namun setelah kehidupan masih ada kehidupan akhirat. Dengan demikian, kebutuhan manusia Islam tidak hanya memenuhi kebutuhan tertinggi yang menurut Maslow dikenal sebagai *self-actualization*. Pemenuhan kebutuhan kehidupan setelah dunia adalah terkait dengan urusan transendental, maka kebutuhan tertinggi manusia Islam adalah mewujudkan *self-transendence*.

DAFTAR PUSTAKA

I. Buku

Abdurrahman. 1991. *Ensiklopedia Ekonomi, Keuangan dan Perdagangan*. Jakarta: Pradnya Paramita

Asser, C. 1991. *Pedoman untuk Pengajian Hukum Perdata: Jilid Tiga-Hukum perikatan, Bagian Pertama-Perikatan*. Terjemahan oleh Sulaiman Binol. Jakarta: Dian Rakyat

Bintang, Sanusi dan Dahlan. 1999. *Pokok-pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

Mannan, M. Abdul. tt. *Islamic Economics, Theory and Practice*. Terjemahan M. Nastangin, Teori dan Praktek Ekonomi Islam. Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa

.....
Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Undang-undang.....(Erina Pane) 77

-
- Muhammad dan rekan. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Nasution, Az. 1995. *Konsumen dan Hukum*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Prodjodikoro, Wirjono. 1973. *Asas-asas Hukum Perjanjian*. Bandung: Sumur Bandung
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (terjemahan). Jakarta: Robbani Press
- Raharjo, M. Dawam. 1999. *Islam dan Transformasi Sosial-Ekonomi*. Yogyakarta: LSAF
- Shidarta. 1993. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo
- Sudarsono. 1992. *Kamus Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sudaryatmo. 1996. *Masalah Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Susilo, Zumrotin K. 1996. *Penyambung Lidah Konsumen*. Jakarta: Puspa Swara
- Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). 2001. Majalah bulanan *Warta Konsumen*, edisi Januari 2001

II. Peraturan Perundang-undangan

1. Badruzaman, Miriam Darus. 1991. *KUH Perdata Buku III: Hukum perikatan dengan Penjelasan*. Bandung: Alumni
2. Pemerintah Republik Indonesia. *UU Perlindungan Konsumen, Monopoli dan UU Hak Cipta, Paten dan Merek Tahun 1999*. Jakarta: Tamita Utama
3. United Nations General Assembly Resolution, A/Res/39/248/16 April 1985, *on Consumer Protection, Guidelines I*